


**COMO CALCULAR O**


**ROI**

**PARA SEU VAREJO!**



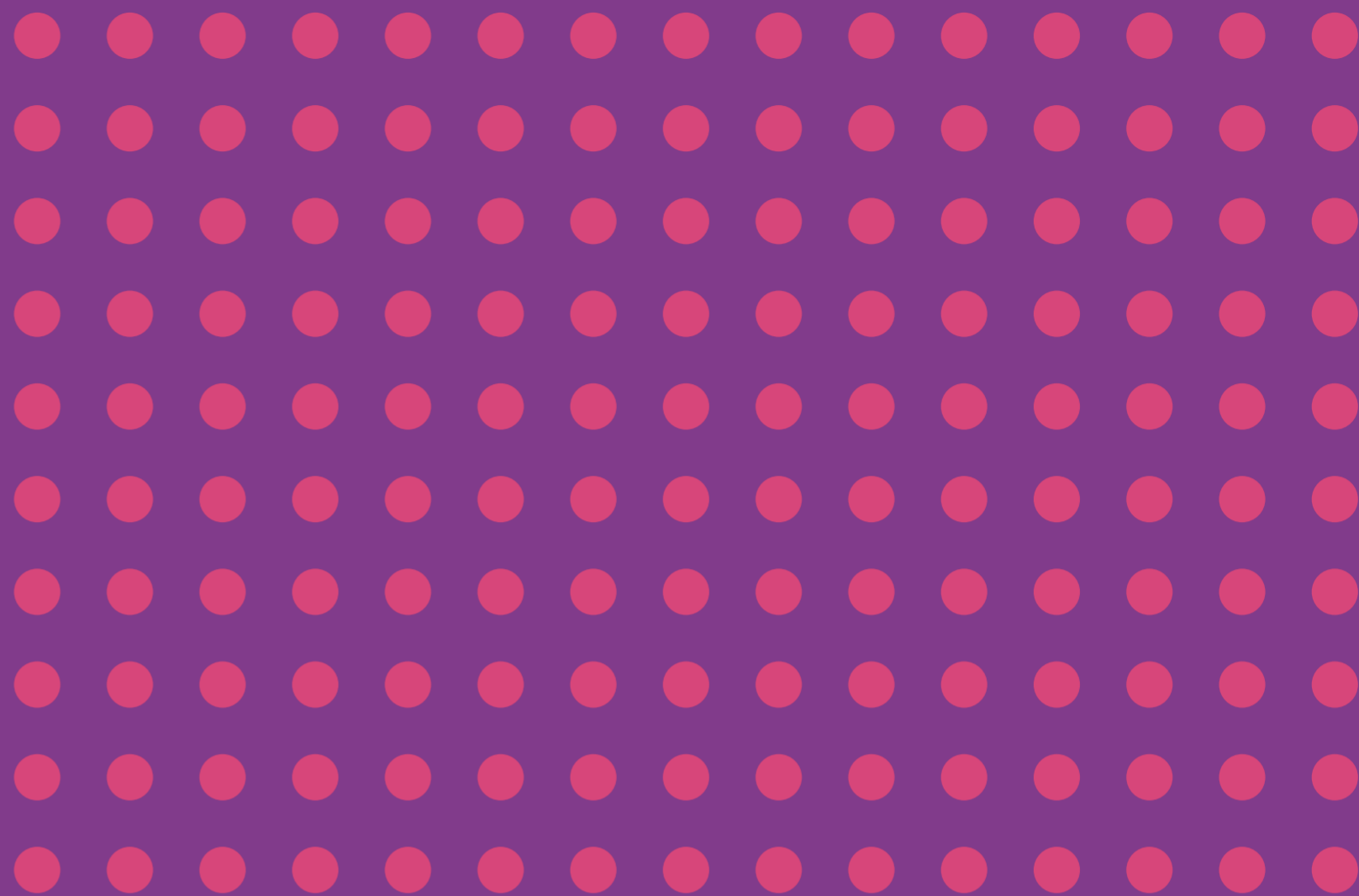
Ao investir em marketing de varejo, há uma preocupação de todos os gestores e donos de empresa em saber como calcular o retorno sobre investimento de uma campanha. Isso porque o setor ainda enfrenta resistência por parte de muitas pessoas, que não conseguem enxergar o valor e o retorno (principalmente financeiro) que uma empresa tem ao investir em marketing.

Por isso, uma alternativa é utilizar o ROI (Retorno Sobre Investimento), que é um dos KPIs (Key Performance Indicator - Indicadores de desempenho de processos) mais importantes do varejo. É uma taxa utilizada em diversas áreas para avaliar a efetividade e os resultados que uma ação gerou para a empresa. O ROI pode ser utilizado tanto para campanhas online quanto para offline.



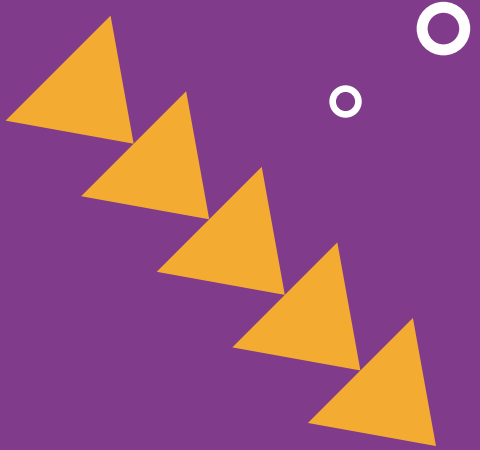
## O que é exatamente o ROI?

O ROI é basicamente calculado de forma bem simples:  $(\text{Lucro do Investimento} - \text{Custo do Investimento}) / \text{Custo do Investimento}$ . Portanto, é preciso somar todas as vendas e subtrair o custo delas, e depois dividir novamente pelo custo. Por meio desse indicador, é possível, então, saber quanto dinheiro sua empresa está ganhando ou perdendo com determinada campanha ou ação de marketing.




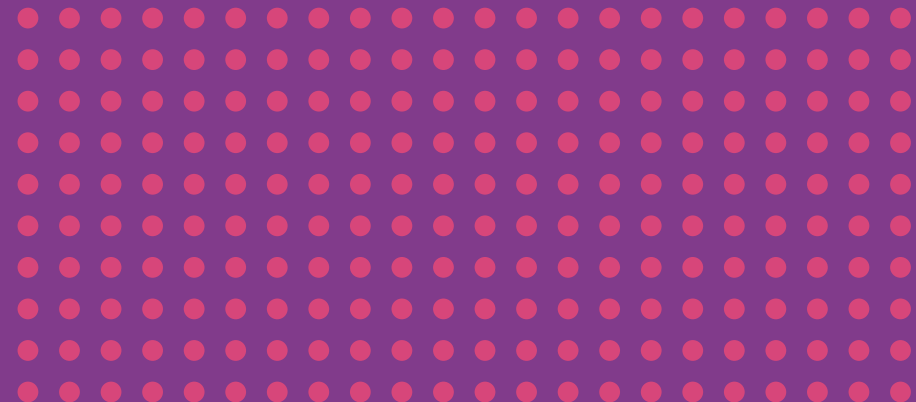
# Cuidados ao calcular o ROI





O maior cuidado que se deve ter ao calcular o ROI é com os valores considerados nos custos e no lucro. Entre os custos, a empresa precisa considerar tudo aquilo que é necessário para que uma campanha seja criada e veiculada. Isso inclui treinamentos (inclusive de vendas), ferramentas, o custo do colaborador, anúncios, impressões, entre outros.

Já no lucro, todas as receitas computadas precisam ser aquelas provenientes apenas da ação em questão. Por exemplo, se você vai medir a efetividade de uma campanha de folder, coloque uma espécie de “código” que o cliente deve informar no momento da compra. Assim, você pode rastrear quais compras vieram dessa ação e considerar somente elas no cálculo do ROI.

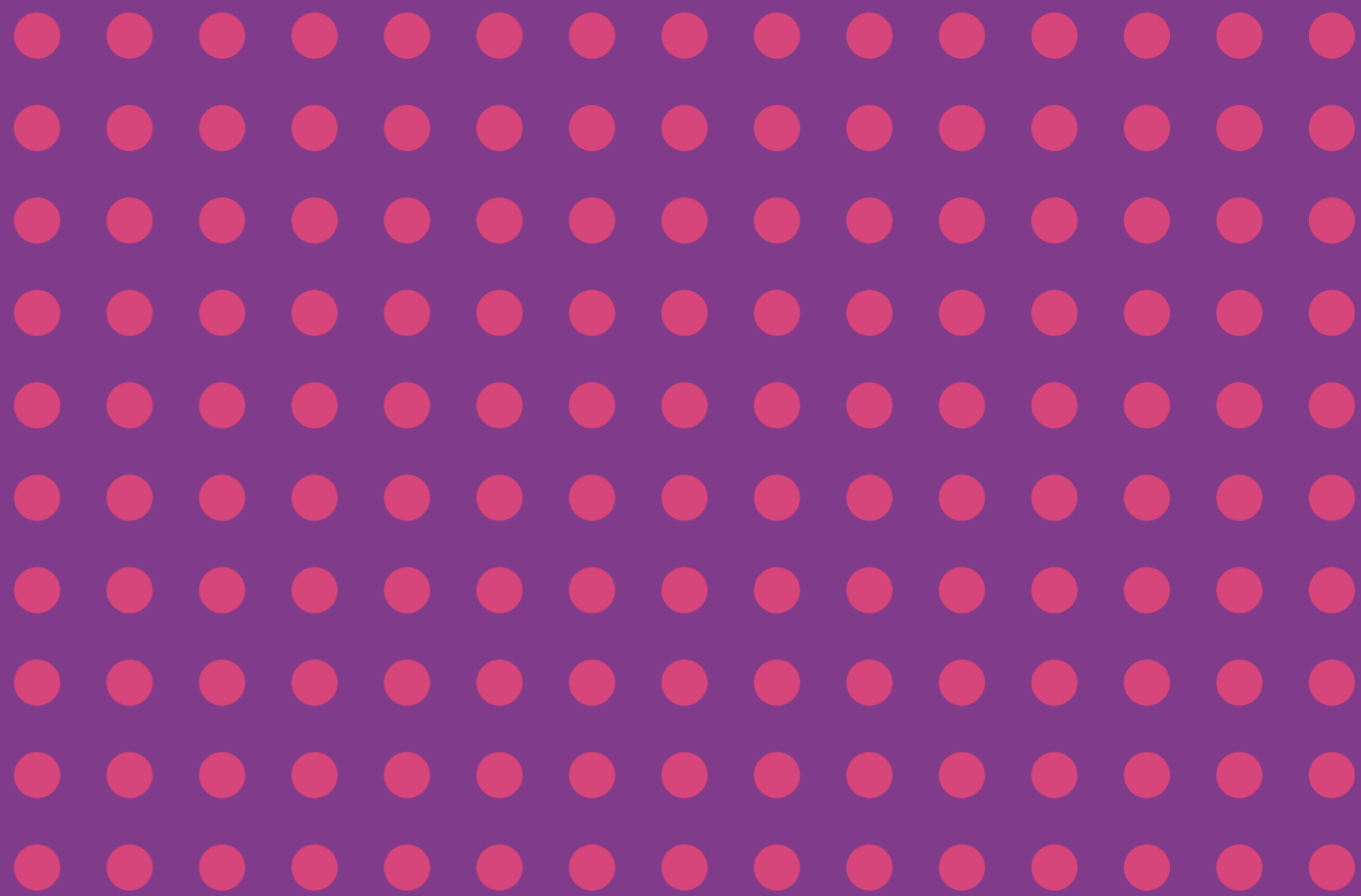





Outro cuidado importante para não errar no ROI é contar com uma agência de publicidade, especializada em varejo, para cuidar das estratégias e mensurações.

Assim você conta com um apoio não só para o cálculo, mas também para a análise dessas taxas. Um cálculo errado do ROI pode resultar em um mal aproveitamento de verbas e até em um investimento errado com estratégias que aparentemente deram certo.





# 3 dicas para utilizar o ROI



Para que o ROI seja uma ferramenta efetiva de controle dos seus investimentos em marketing, você precisa utilizá-lo de forma estratégica e não apenas como uma forma de convencimento.

Por isso, veja algumas dicas de como utilizá-lo em sua empresa de forma eficaz:







## Acompanhe continuamente e não tenha medo de mudar

O ROI pode e deve ser acompanhado de perto sempre. Isso significa que é necessário fazer análises mensais e até mesmo quinzenais, dependendo do volume de vendas.

No entanto, não adianta fazer esse acompanhamento quase que em tempo real se você não se adaptar rapidamente diante da necessidade. Ao ver algo que não está tão eficiente, não tenha medo de mudar. Altere layout, público, linguagem ou qualquer outra variável que possa estar impactando seu Retorno Sobre Investimento. O varejo muda o tempo todo, é preciso ficar de olho!



## Fique atento ao mercado

Não se esqueça de ficar sempre atento ao mercado do seu varejo. Seja no concorrente ou no seu público, é importante que você acompanhe mudanças ou inovações. Isso contribuiu não só para o seu varejo como um todo, mas também pode trazer alguma explicação para mudanças e alterações repentinas no seu ROI.

Ao saber dessas mudanças, você está ciente e não corre o risco de mudar sua estratégia por algo que aconteceu no mercado e não pode ser melhorado no momento.



## Tenha paciência

Ao analisar investimentos em marketing, é preciso que você tenha, acima de tudo, paciência. Isso porque mesmo as ações de sucesso podem demorar para se tornarem eficientes e trazerem o resultado esperado. Dessa forma, mantenha sempre em mente que é preciso esperar um tempo para avaliar o resultado do seu ROI e se ele realmente se confirma como um cálculo real.





## Vantagens


Entre as vantagens em se utilizar o ROI para análise das suas campanhas de marketing, posso citar inúmeras. No entanto, algumas merecem destaque pelo impacto real no funcionamento do varejo.

Veja só:

- Evita cortes de gastos desnecessários

Ao calcular a taxa de ROI para suas campanhas, você facilita a tomada de decisões. Você passa a ter um embasamento que vai te ajudar a entender onde cortar os gastos e onde investir ainda mais.

Assim, você consegue dar preferência para aqueles que estão trazendo mais retorno e, conseqüentemente, vão trazer mais lucros para a empresa. Por outro lado, se o seu gestor solicitar um corte desnecessário em uma estratégia, você pode defendê-la utilizando a taxa do ROI como argumento.



- Traz mais segurança para seu negócio

A taxa de ROI é uma segurança extra para todas as decisões tomadas dentro do seu negócio. Ela dá embasamento para a tomada de decisões e faz com que o risco de investir em algo errado seja bem menor.

Isso é importante quando pensamos na enorme quantia que é destinada às estratégias de marketing e que precisam trazer algum retorno financeiro para a empresa.

- Resultados duradouros

Quando a empresa investe de forma estratégica e otimizada, de acordo com o acompanhamento do ROI regularmente, há mais chances de que os resultados extrapolem aqueles que podem ser mensurados.

Eles podem trazer, também, resultados duradouros, como satisfação, fidelização do cliente e lembrança da marca, benefícios que nem sempre podem ser calculados.



## Problemas enfrentados pelo ROI



Apesar de ter diversos benefícios, o ROI apresenta também alguns problemas. De forma sintética, as principais dificuldades são:

- Dificuldade para saber se o número do ROI é alto ou baixo para a empresa, já que isso varia de acordo com segmento e estratégia;

- O ROI não leva em conta a duração do investimento e como o valor do dinheiro muda nesse tempo;



- A taxa não considera a inflação e outros valores financeiros;



- Não faz parte do cálculo do ROI as sazonalidades e mudanças de mercado;

Siga essas dicas ao lado de uma agência especialista em varejo, para evitar problemas e usar o ROI a seu favor!





**SPAÇO**